Warszawa, 26.07.2022 r.

**Grupa Eurocash**

**Placówki Delikatesów Centrum po remodelingu ze wzrostami sprzedaży**

**Sieć Delikatesów Centrum intensywnie się rozwija. Obroty sklepów po remodelingu sukcesywnie rosną, w przypadku niektórych placówek nawet o 40 proc. (rekordowy sklep osiągnął wzrost sprzedaży na poziomie ponad 50 proc.). To nie jedyny obszar działalności sieci, gdzie widać trend wzrostowy. Sprzedaż „odświeżonej” kategorii bakalii w pilotażowych sklepach sieci rośnie średnio 26 proc. rok do roku. Delikatesy Centrum wprowadziły także dwie nowe marki własne w kategoriach do tej pory zdominowanych przez dyskonty. Niezmiennie wyróżnikiem sieci jest lada mięsna z bogatym asortymentem wysokiej jakości produktów od zaufanych dostawców, która niedawno zyskała nowego Ambasadora – Jurka Sobieniaka.**

**Remodeling sklepów – Delikatesy gotowe na przyszłość**

Od początku projektu, który wystartował w połowie 2021 r., remodeling sieci objął już niemal 170 placówek. Remodelowane sklepy odnotowują wysoką dynamikę wzrostu w długim okresie – ponad 18 proc. rok do roku – i 8 proc. wzrost liczby transakcji. Wzrasta również udział paragonowy i wartościowy dla strategicznych kategorii świeżych, będących wizytówką Delikatesów Centrum (nabiał, mięso, warzywa i owoce, pieczywo).

– *Jedną ze zmian wprowadzanych przez nas w ramach remodelingu placówek jest optymalizacja układu wnętrza, usprawniająca ścieżkę zakupową klienta. Na front sklepu przenieśliśmy strefę warzyw i owoców, a także dołączyliśmy do niej regał z bakaliami – w odpowiedzi na zmiany konsumpcji tej kategorii jako uzupełnienia zrównoważonej diety i zdrowej przekąski. W pilotażowych sklepach przełożyło się to na średnie wzrosty w kategorii bakalii w wysokości 26 proc. rok do roku. Wyniki mówią same za siebie, dlatego rozpoczynamy wdrażanie tego rozwiązania w kolejnych placówkach* – mówi **Michał Groniewski, Dyrektor ds. Marki Własnej i Rozwoju Sklepów w sieci Delikatesy Centrum.**

**Nowe marki własne – alternatywa dla dyskontów**

Chociaż do tej pory świeża pizza była domeną dyskontów – aż 90% tego produktu sprzedaje się właśnie w tym formacie – Delikatesy Centrum podjęły wyzwanie i wprowadziły w swoich sklepach nową markę własną Mia Trattoria. To oferta trzech rodzajów świeżej pizzy i lasagne wysokiej jakości z prawdziwymi, włoskimi pomidorami. Z kolei Bakadelio, marka własna bakalii w Delikatesach Centrum, to od sierpnia 12 produktów, w tym dedykowana przekąskom linia Bakadelio Snacks. Do końca tego roku planowane jest rozszerzenie oferty do 19 produktów.

– *W Delikatesach Centrum od zawsze stawiamy przede wszystkim na jakość naszych produktów oraz poszerzamy wybór marek własnych, także tych z kategorii convenience. W pilotażowym projekcie ReFresh, testowanym obecnie w sklepach w Warszawie i Wrocławiu, wprowadziliśmy ofertę dań gorących pod nazwą Ogniem i Pieprzem oraz produkty z lady gotowe do wypieku, które planujemy rozszerzać w kolejnych sklepach. Rozbudowujemy również linię produktów włoskich i bakalii – kategorii rozwijanych w ostatnich latach przede wszystkim w dyskontach. Jestem przekonany, że dzięki naszym nowym markom możemy zaproponować konsumentom wartościową alternatywę* – dodaje Michał Groniewski.

**Lada mięsna z nowym ambasadorem**

Delikatesy Centrum nawiązały współpracę ze znanym i lubianym ekspertem kulinarnym, Jurkiem Sobieniakiem. W najnowszej kampanii influencer dzieli się przepisami na pyszne dania oraz zachęca miłośników grillowania do zakupów w sklepach sieci. Doradza także, po jaki konkretnie gatunek wysokiej jakości mięs, które od lat są wyróżnikiem Delikatesów Centrum, sięgnąć. Filmy z serii „Sobieniak rzuca mięsem” będą publikowane na kanałach marki na Facebooku i YouTubie do końca sezonu grillowego.

**Delipaczka – usługi kurierskie**

Lokalne sklepy to nie tylko miejsce na codzienne zakupy. To także szansa na rozwiązanie wielu problemów, z którymi na co dzień muszą mierzyć się mieszkańcy mniejszych miejscowości. Delikatesy Centrum, w odpowiedzi na potrzeby swoich klientów, wprowadzają w całej sieci usługi kurierskie Delipaczka. Przesyłki można nadawać i odbierać już w 700 sklepach w całej Polsce. Od początku roku liczba obsługiwanych przesyłek wzrosła pięciokrotnie – tylko w czerwcu było to aż 107 tys. paczek. Rosnąca popularność rozwiązania jest dowodem na to, że lokalne sklepy mogą realnie ułatwić życie okolicznej społeczności i odpowiedzieć na różne potrzeby klientów.